

Super sconti a chi fa pubblicità sui giornali

Ecco come funziona il credito d'imposta fino al 90%. Editori e inserzionisti: bene la scelta del governo

Il decreto



● Arriva un «tax credit» a proposito di investimenti pubblicitari. Saranno agevolate le maggiori spese sostenute negli ultimi sei mesi 2017 a livello pubblicitario rispetto allo stesso periodo 2016.

● Per il presidente Fieg, Maurizio Costa (foto), «la quantificazione delle risorse e la certezza delle regole per gli investimenti del 2017 consentiranno una piena utilizzazione del beneficio fiscale»

Investire in pubblicità sulla stampa conviene: lo sottolineano gli editori e lo mette nero su bianco, con tanto di provvedimento, il governo. È stato appena pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale* il decreto legge sul credito d'imposta per gli investimenti pubblicitari. Quali? Quelli «incrementali» realizzati nella seconda metà del 2017: in altre parole, le maggiori spese sostenute in questi sei mesi rispetto allo stesso periodo 2016. Più nel dettaglio, hanno accesso al credito d'imposta gli investimenti pubblicitari incrementali effettuati dal 24 giugno al 31 dicembre 2017, purché il loro valore superi almeno dell'1% l'ammontare degli analoghi investimenti sugli stessi mezzi di informazione nella seconda metà del 2016. Che cosa vuol dire? A fronte di un investimento in pubblicità che passa da 100 (seconda metà 2016) a 110 (seconda metà 2017), l'inserzionista avrà diritto a un credito fiscale calcolato sull'eccedenza.

Imprese e autonomi

Possono farne richiesta imprese e lavoratori autonomi in quanto inserzionisti. Ma non tutti: il credito d'imposta 2017 è riconosciuto esclusivamente agli investimenti sulla stampa quotidiana e periodica, anche online. Pertanto sono esclusi, per questi sei mesi e nella formulazione attuale, gli investimenti sulle radio e tv locali.

Al credito d'imposta 2017 sono stati destinati 20 dei 62,5 milioni di euro dell'autorizza-

zione di spesa prevista per il 2018 per l'incentivo. I 20 milioni sono parte dei 50 milioni di euro della quota del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione destinata all'agevolazione, di spettanza della Presidenza del Consiglio dei ministri. Sono, in altre parole, le risorse per la stampa quotidiana e periodica: 20 milioni, appunto, per il 2017 e 30 per il 2018. Gli altri 12,5 milioni sono invece indirizzati a radio e tv locali.

Ma le differenze tra 2017 e 2018 non si fermano qui. Per quest'anno, infatti, i fondi a disposizione saranno richiesti

dagli inserzionisti sulla base dei dati consuntivi, quindi già a inizio 2018. Per le risorse dell'anno prossimo, invece, ci si sta orientando per una richiesta «a prenotazione», sempre nei primi mesi 2018, sulla base dei singoli budget pubblicitari.

Le aliquote

Il credito d'imposta è fino al 75% del valore degli investimenti incrementali (la quota sale al 90% per le microimprese, le piccole e medie aziende e le start up innovative). Naturalmente vale il limite massimo complessivo di spesa di 62,5 milioni di euro: se le risorse sa-

ranno sufficienti per tutti, le aliquote saranno quelle massime (75 e 90%), altrimenti scenderanno in relazione al valore degli investimenti ma resteranno comunque significative. Il credito fiscale riconosciuto per gli investimenti della seconda metà del 2017 dovrebbe con molta probabilità essere compensato nel 2018.

I dettagli attuativi

Le prossime tappe sono la conversione in legge del provvedimento (che comunque al momento ha già efficacia in quanto decreto legge) e un decreto della presidenza del consiglio

20

milioni di euro, le risorse stanziate per il «tax credit» 2017

62,5

milioni di euro l'autorizzazione di spesa fino al 2018 per il credito d'imposta

dei ministri sui cosiddetti «risvolti attuativi» (atteso entro il 22 ottobre). Questo secondo provvedimento stabilirà le modalità e i criteri di attuazione del credito d'imposta.

Le reazioni

In sostanza, con questa norma — sottolineano gli editori — le imprese sono oggi in condizione di pianificare i loro investimenti in un quadro di certezze per il 2017 per potere godere del relativo beneficio fiscale nel 2018. «Il riconoscimento del valore della stampa quotidiana e periodica — commenta il presidente Fieg, Maurizio Costa —, la quantificazione delle risorse e la certezza delle regole per gli investimenti del 2017, in un momento di ripresa dell'economia, consentiranno una piena utilizzazione del beneficio fiscale da parte delle imprese e dei professionisti entro la fine dell'anno». Sul fronte degli inserzionisti Lorenzo Sassoli de Bianchi, presidente Upa, aggiunge: «Il tax credit è un intervento vitale per un settore che gli investitori reputano importante per autorevolezza, qualità della fonte e professionalità dell'informazione. Rappresenta anche una grande opportunità per un utilizzo più massiccio e più mirato della pubblicità in particolare per le piccole e medie imprese». Dagli editori e dagli inserzionisti emerge un chiaro apprezzamento nei confronti della scelta del governo.



Dolciumi Super Bubble (gomme da masticare) è uno dei marchi di Ferrara Candy

Stati Uniti

Ferrero compra le caramelle Ferrara Candy

Ferrero si espande negli Usa e acquisisce Ferrara Candy, la terza più grande azienda dolciaria (no cioccolato) in America. Specializzata in caramelle gommose, Ferrara, è conosciuta per i marchi Trolli, Brachs, Black Forest Organics e Super Bubble. L'operazione in cui Ferrero è stata assistita da Lazard, si è conclusa con la vendita del private equity L Catterton che puntava a una valutazione dell'asset di oltre 1,3 miliardi di dollari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Giovanni Stringa

© RIPRODUZIONE RISERVATA